



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



INFORME FINAL DEL EXAMEN COMPLEXIVO

DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

ANÁLISIS DEL AFICHE DE LA PELÍCULA ECUATORIANA
MINUTO FINAL

AUTORA:

DENISSE MELISA GARCIA FLORES

TUTOR:

MSC. LETICIA AURORA BECILLA GARCIA

BABAHOYO – LOS RIOS- ECUADOR

2019



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios, la fuerza divina que me ha mantenido de pie ante cualquier obstáculo. A mis padres y hermano, quienes han sido el apoyo principal, en estos 4 años de mi etapa estudiantil en la Universidad Técnica De Babahoyo.

Con gratitud a mis maestros personas que colaboraron con sus conocimientos dentro de las aulas para posteriormente ponerlo en práctica fuera.

A mi tutora Leticia Becilla por sus consejos y apoyo en este largo proceso de titulación.

Denisse Melisa García Flores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

 Mi agradecimiento primordialmente a Dios quien es mi guía en mi camino puesto que su voluntad me formó a ser la persona que soy y me brindó las fuerzas necesarias frente a los obstáculos que se me presentaron en esta vida.

 Agradezco a mis padres por ayudarme a culminar mis estudios brindándome la confianza y la motivación necesaria en mi vida diaria y siendo un gran ejemplo a seguir para mí y a mi hermano que son mi motor para seguir cumpliendo más metas propuestas. A mi novio por la motivación que me brinda en cada instante de mi vida.

Denisse Melisa Garcia Flores



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



RESUMEN

Actualmente constan varios medios de comunicación populares para la propagación de información, sin embargo el afiche cinematográfico es uno de los más usados para ofertar los trabajos realizados por un cineasta, este tipo de medio de comunicación dota de resumir un proyecto audiovisual, plasmar una imagen y un texto que resulta de la compilación del contenido de la película. A lo largo de los años este tipo de medio de comunicación tomó fuerza, se convirtió en un atractivo visual, capaz de persuadir a sus consumidores.

Además conocer lo importante que es proceder y aplicar la creatividad en la realización de un cartel cinematográfico durante la etapa de realización, como director se debe conocer que es lo que va a lanzar al público y también se debe generar expectativa para evitar posibles fracasos.

En este trabajo se aplicará el análisis de una película con el propósito de estudiar un medio de comunicación llamado “El Afiche”

Palabras claves: Textos; afiche; propagación; audiovisual; cineasta; mensaje

ABSTRACT

Currently there are several popular media for the propagation of information, however the film poster is one of the most used to offer the work done by a filmmaker, this type of media provides a summary of an audiovisual project, capture an image and a text that results from the compilation of movie content. Over the years, this type of media gained strength, became a visual attraction, capable of persuading its consumers.

In addition to knowing how important it is to proceed and apply creativity in the realization of a cinematographic poster during the stage of realization, as a director you should know what it is going to launch to the public and you should also generate expectation to avoid possible failures.

In this work the analysis of a film will be applied with the purpose of studying a media called “The Poster”

Keywords: Texts; poster; spread; audiovisual; filmmaker; message.

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÒN.....	1
II. DESARROLLO.....	2
2.1 Justificación.....	2
2.2 Objetivo general	3
2.3 Sustentos Teóricos.....	3
2.4 Técnicas aplicadas para la recolección de la información.....	10
2.5 Resultados obtenidos	11
3. CONCLUSIÒN	12-13
4. RECOMENDACIONES	13
5. BIBLIOGRAFÌA.....	14
6. ANEXOS.....	15-23

1. INTRODUCCIÓN

Existen diferentes tipos de medios de comunicación como son: Masivos, complementarios o auxiliares y medios alternativos que se han incorporado a lo largo de la historia todos con el fin de difundir información.

La Sub-Línea de investigación está enfocada en la línea de la misma que se refiere a la comunicación y el buen vivir. En la presente investigación se buscará información con el propósito de estudiar una arma de la comunicación llamado “El Afiche” en este caso el centro de estudio es un afiche cinematográfico se resaltaré su importancia como medio de comunicación visual ya que este se apoya en imágenes y textos que facilitan la comprensión del mensaje que se quiere transmitir.

En este apartado se logrará aportar de modo positivo sobre la repercusión que tiene un afiche en los consumidores, el dominio como medio de comunicación en la promoción de proyectos dentro del cine.

Para respaldar este proyecto se ha optado por usar como método de investigación la entrevista, realizada al director de la Película ecuatoriana Minuto final, persona que maneja perfectamente este tema.

Este estudio procura desarrollarse bajo la modalidad cualitativa la misma que mediante la observación proporcionará el posterior análisis.

II. DESARROLLO

2.1 Justificación

En la actualidad existen varios medios de comunicación populares para la difusión de información, sin embargo el afiche cinematográfico es uno de los más usados para ofertar los trabajos realizados por un cineasta, este tipo de medio de comunicación dota de resumir un proyecto audiovisual, plasmar una imagen y un texto que resulta de la compilación del contenido de la película.

La importancia de este proyecto radica en análisis del afiche cinematográfico de la película ecuatoriana minuto final. Estudiar cada uno de los elementos derivados de la historia que lo conforma.

El proyecto muestra el trabajo que se realiza para conseguir un afiche que logre captar la mirada de los consumidores y de esta manera el enganche a consumir el producto que está ofertando.

Mediante este análisis se beneficiara a personas que se encuentran inmersos el mundo de las producciones audiovisuales, al momento de publicitar su trabajo final a los espectadores y amantes del cine.

2.2 Objetivo general

- Analizar el afiche de la película ecuatoriana minuto final.

2.3 Sustentos Teóricos

El origen y nacimiento del término afiche se dio a conocer en el siglo XII, en el continente europeo específicamente en Francia, en este país es un galicismo .Etimológicamente este quiere decir “lo que uno se fija”, derivado de la palabra affiquet: que significa, ”corchete, argolla”.

En esta época el afiche se lo conoció como panfleto que se ubicaban en los muros de lugares públicos para ser visualizados por la gente que habitaba en la ciudad y de esta manera acatar obligaciones o enterarse sobre programas a realizarse.

A lo largo de los años este tipo de medio de comunicación tomó fuerza, se convirtió en un atractivo visual, capaz de persuadir a sus consumidores.

Por esta razón ocupa uno de los lugares más importantes entre los medios de comunicación. El primer afiche impreso fue visto en los años 1477 por William Caxton.

Con la aparición del séptimo arte “El cine “en el año 1895 con la película realizada por los hermanos Lumiere, el afiche se instaló en la promoción de trabajos audiovisuales.

Al inicio fueron presentados en colores a blanco y negro pero gracias a los avances que se iban dando de a poco tuvo la adaptación de colores.

El Afiche

Es un medio de comunicación que puede ser presentado de manera tangible e intangible que contiene un tipo de mensaje visual entre textos, gráficos e imágenes con el fin de difundir información de cualquier tipo.

“La publicidad como poder sobre los deseos, el poder como conquista de la voluntad de los otros, la imagen como el sistema visual de la publicidad y de poder moderno”. (Gustavo Varela, 2017)

Antes de elaborar un afiche se debe identificar de forma precisa lo que se quiere vender al consumidor. Durante el desarrollo del afiche se define la diagramación y recurso gráficos que se utilizaran de modo que todo se vea bien organizado.

Actualmente en el mundo en el que nos hallamos, el afiche o cartel publicitario usual perdura junto a los demás medios de atracción y persuasión que provocan el consumo de productos, entre esos productos de consumo se encuentra el cine.

Como la música o el cine constituyen el mismo fin, el afiche es un medio para lograr un fin posterior es un transporte de comunicación o de información entre el emisor considerado comerciante y el receptor considerado como público.

Este medio de comunicación puede denominarse como una actividad un tanto entusiasta que requiere de La creatividad.

Como el término creatividad quiere decir inventar algo novedoso, crear, imaginar algo diferente, que alcance deleitar a los consumidores. “La creatividad e innovación son parte de un mismo proceso que se da en todas las empresas de todos los sectores”. (Juan Pastor Bustamente, 2015)

Objetivo de un Afiche

El objetivo de todo medio de comunicación está perfectamente claro es comunicar, pero en el caso del afiche este tiene como objetivo principal llamar la atención y por otro lado lograr interés en el receptor , en unos que otros casos el afiche tendrá como objetivo informar sobre lo que se manifiesta.

La importancia el Afiche

Los afiches pueden utilizarse en cualquier tipo de promoción de un servicio o evento a realizarse, son aquellos que buscan llamar la atención y sobresalir en el lugar donde este colocado.

Estos afiches deben ser lo más creativos posibles plasmando el contenido de toda la película en una sola imagen.

El afiche es un medio de comunicación que usa un lenguaje no verbal, mostrando simplemente figuras que se exponen con diversos fines.

El afiche cinematográfico

El afiche también Llamado cartel que convence a quien lo lee, actualmente han sido clasificados, de acuerdo a su contenido, enfoque, presentación, objetivo de información.

El afiche cinematográfico es una herramienta que ingresa dentro de la publicidad, es aquel que promociona un bien o servicio, que los directores usan para vender sus proyectos audiovisuales y de esta manera tener mayor alcance en el lanzamiento de sus trabajos.

Realizar un buen afiche cinematográfico dota de un análisis profundo de las escenas o contenido que tiene la película, en especial sus personajes y locaciones donde se desarrolla.

La realización de un afiche es una tarea un poco liada, para poder alcanzar un resultado positivo se necesita una estructuración bien constituida en cada una de los puntos que se toman para efectuar el mismo. El Director de producción necesitara de un estudio exhaustivo de lo que desea reflejar a la hora de la promoción el trabajo final.

La imagen en el cartel debe ser la síntesis del rodaje, debe contener imágenes y textos que contribuya a captar la atención y el interés. Ya que antes de consumir un filme el espectador observa el afiche.

Película ecuatoriana Minuto Final

Minuto final es una película ecuatoriana grabada de una manera particular y con aparatos tecnológicos de última generación, los drones, que pertenece al género thriller se estrenó en el año 2018.

Un proyecto realizado por el joven director Luis Aviles y producido por Leticia Becilla, apareció en las salas de cine ecuatoriano el 3 de agosto del 2018, la película tiene una duración de 70 minutos, fue grabada durante 16 días y uno de sus escenas más impactantes tuvo lugar durante el desfile del 25 de julio por la Fundación de la perla del Pacífico. El rodaje estuvo realizado en tres ciudades del país Milagro, Durán y Guayaquil.

Perfiles de personajes de la película ecuatoriana Final

Un personaje es aquel que es interpretado por un actor, es la parte principal de una película, una persona imaginaria o existente que aparece en una obra que contiene o dota de arte.

Para lograr “un buen personaje el actor debe abrirse a sí mismo y comunicarse libremente con los otros, es el que puede expresar más que la imaginación del director”. (Luis Fernando Trejos , 2010)

Leonardo

Es un policía de la ciudad de Milagro que se presenta dentro de la trama como un personaje rudo, que anda en busca de justicia y pretende eliminar la corrupción.

Cráneo

Es un protagonista de la trama que se muestra como un delincuente y homicida que ha cometido una serie de crímenes

David

Es un personaje fugaz que aparece en ciertas escenas de la película, se muestra como apoyo de Leonardo en su búsqueda fallida de cráneo.

Johnny

Es un capitán corrupto que busca ganar dinero a través de la distribución de drogas, es el enemigo principal de Leonardo.

Análisis semiótico

La Tipografía

Es un elemento habitual para crear trabajos de impresión y de esta manera ayudar a la comprensión del texto plasmado en un afiche.

“La tipografía es un arte antiguo como moderno, y por supuesto contemporáneo .Un arte formalmente prodigioso, diáfano, sutil y detallista en el cual, aunque cada uno de los signos ofrece como un retrato individual depurado”.
(Enric Satue, 2007)

“La tipografía no solamente se entiende por esta palabra, el título que se coloca al principio de cada obra antes de empezar el texto y las partes en que se divide cada una de estas”. (Fray Luis De Leòn, 2012)

En el caso de la tipografía escogida por el director de la película minuto final, es legible, tiene un diseño optimo resaltar el nombre del thriller policiaco, el texto se encuentra debajo y sobre los personajes que aparecen en el afiche, evitando que el visualizador se confunda o se agobie por elementos innecesarios.

Los elementos innecesarios, las ineficiencias afloran en los procesos en forma de pérdida de tiempo retrasos, desperfectos e incluso riesgos de escasa aceptación” (Carmen Arenal Laza, 2018)

Connotación Grafica

La connotación es un sentido subjetivo que tiene un mensaje o expresión según en el lugar o contexto. Es simplemente una forma poco común de expresar la característica de un individuo.

“La connotación cruza por entero el tema de la significación del lenguaje, se relaciona con las categorías estructurales significado-significante significado y sintagma-paradigma”. (Victorino Zecheetto, 2009)

Se llama connotación grafica al lenguaje con el propósito de persuadir al público y hacer que las personas vayan tras ese producto que se está publicitando.

En este caso el Thriller policiaco, comunica un mensaje claro, es una película de acción por el arma blanca que sostiene en su mano cráneo y el arma de fuego que mantiene Leonardo, provocando en el espectador la expectativa de una posible batalla a muerte entre estos dos personajes.

La tipología cromática

“Los colores están por todas partes los colores se encuentran en la naturaleza, en la ropa que llevamos en las cosas que compramos, y en las obras de arte”. (Jodenes Lynn Smith, 2010)

El color es una acción exclusivamente visual, las cosas que podemos apreciar a través de los ojos no solo se distinguen por tamaños o formas sino también por su colorido.

Los colores forman parte desde siempre de nuestro mundo, porque están ligados indefectiblemente a la luz y a la vida. Son energía que interactúa continuamente con nosotros, tanto que si somos conscientes de ello. Toda materia orgánica e inorgánica tiene una valencia energética”. (Franchesco Padrini/ Maria Teresa Lucheri, 2016)

“Los colores tienen significados especiales, hay colores en los letreros de los caminos El amarillo, El anaranjado y rojo se usan como colores de seguridad por su fácil visualización” (Nathalie Lunis , 2011)

Al momento de realizar este poster, la balanza cromática se inclina hacia el lado de los colores netamente cálidos. Usualmente son colores que se usaban en películas de los años 60 y 70 que se lanzaron a la pantalla, Según la Psicología de los colores el color amarillo simboliza curiosidad pero también se lo asocia con felicidad y por otro lado con la envidia. El color rojo en la actriz expresa atracción, pasión y agresividad, además este llama mucho la atención.

2.4 Técnicas aplicadas para la recolección de la información

Tipos de investigación

- **Investigación exploratoria**

La investigación de este tipo ayuda a tener una idea de un tema planteado, para poder desarrollarlo, permite acercar las incógnitas sobre el tema, Esta

investigación facilitará a comprender la importancia del afiche y elementos que lo componen.

- **La Observación**

Es una técnica que se trata de observar el caso o hecho del cual se desea desarrollar una indagación, en este caso se observó la película y posteriormente el afiche a analizar.

- **Entrevista**

La entrevista se considera una técnica dentro del proceso de indagación con el único fin de adquirir datos que colaboren y faciliten a mantener la investigación, para compilar información por medio de una entrevista se debe instaurar un formulario de preguntas antes de la realización de la misma, esta se efectuara a través de una conversación o dialogo entre una o algunas personas.

2.5 Resultados obtenidos

Luego de la realización de la entrevista al director de la película ecuatoriana Minuto Final, Luis Avilés, se concluye con los siguientes resultados

Un afiche representa un cuadro, un instante de la película, el más significativo pero a la vez tiene que ser una pieza de marketing, se la realiza en la etapa de venta de la película para ponerla en cine, en plataformas digitales y además se elabora para llamar la atención del público. En varias ocasiones se puede tomar referencias de películas que ya fueron presentadas en el cine. Y así conocer la tipografía adecuada que se debe reflejar en el cartel. Además se debe tener en cuenta que el afiche es la carta de presentación de una película este debe ser un extracto bien realizado de la historia que se va a contar al público.

3. CONCLUSIÒN

A través de este escrito se procura dar a conocer sobre qué es un afiche, la importancia del mismo, elementos que lo conforman, mediante el análisis del afiche cinematográfico de la película ecuatoriana Minuto Final, resaltar la importancia que tiene este medio de comunicación y herramienta de Marketing en la promoción de un proyecto audiovisual. El director del filme policiaco usó tonos vintage en su cartel ya que se inspiró en poster de los años 60 ,añadió color rojo en el personaje femenino , tomando en cuenta la psicología del color ya que dentro de la trama se desarrolla una historia de amor, dos personajes que aparecen en el cartel sostienen armas, buscando que el espectador imagine que habrá un posible conflicto.

Prevalece como base el conocimiento que logró generar esta investigación a través de la recolección de datos necesarios de diferentes medios, y la compilación de información a través del método utilizado La entrevista.

Este apartado se realizó con la finalidad de conocer a fondo a través del estudio un afiche cinematográfico, el trabajo y tiempo que toma realizarlo para la presentación final, por tal motivo que no es una actividad fácil ya que engancha a un público, pues tiene sus riesgos de alcanzar de no efectuar un producto exitoso, es incalculable saber si antes de la presentación esta herramienta de marketing será aceptada .

La función que cumple un afiche es bastante interesante, que satisfactorio seria poder lograr el objetivo de enganchar al público simplemente con una imagen y un texto.

Finalmente como conclusión se consigue decir que el impacto que genere un afiche requiere de mucha dedicación, análisis de los contenidos de la producción audiovisual y creatividad, para que el resultado final sea bueno. El afiche es un medio por el que se puede llegar a captar la atención de muchas personas y así lograr el éxito en la promoción de un proyecto cinematográfico.

4. RECOMENDACIONES

Después de efectuar la entrevista. Se demuestra que la presentación de un afiche depende de las escenas del contenido de una película , es de vital importancia analizar el extracto audiovisual y realizar este trabajo durante la post producción , utilizando técnicas para un buen manejo y facilitar la promoción del producto audiovisual.

Además tomar en cuenta la psicología del color para transmitir sentimientos, emociones y de esta manera captar la curiosidad y generar mayor expectativa en los consumidores.

Se puede apreciar también que es importante proceder y aplicar la creatividad en la realización de un cartel cinematográfico durante la etapa de realización, como director se debe conocer que es lo que va a lanzar al público y también se debe generar expectativa para evitar posibles fracasos.

Si en el producto final que el producto final que se realiza no es 100% éxitos se debe tomar como una experiencia y evita cometer nuevamente esos errores.

5. BIBLIOGRAFIA

- Carmen Arenal Laza. (2018). *Animaciòn y presentaciòn de un producto*. La Rioja: Tutor formaciòn.
- Enric Satue. (2007). *Arte en la tipografia y tipograafia en el arte*. Baranquilla: Vegaf.
- Franchesco Padrini/ Maria Teresa Lucheri. (2016). *Cromoterapia*. Clocero: De Vechhi S.A.
- Fray Luis De Leòn. (2012). *Tipografia española*. Valladolid: MAXTOR.
- Gustavo Varela. (2017). *La guerra de las imagenes una historia visual de la Argentina*. Buenos aires: Paidos SAICF.
- Jodenes Lynn Smith. (2010). *Los colores Spanish Versiòn* . Arizona: Thile one.
- Juan Pastor Bustamente. (2015). *Creatividad e innovaciòn* . España: Cnex.
- Luis Fernando Trejos . (2010). *Un actor no estatal en el escenario internacional*. Baranquilla: Ibañez.
- Nathalie Lunis . (2011). *Los colores*. Guangzhou: Benchmark.
- Victorino Zecheetto. (2009). *La danza de los signos , nociones de semiotica general*. Quito: Abya-Yala.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHoyo
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



Entrevista

La presente entrevista fue realizada al director de la película ecuatoriana minuto final.

1. ¿Qué representa un afiche para usted?
2. ¿Cree Usted que el afiche es la carta de presentación de una película?
3. ¿El afiche de la película fue realizado durante la pre o post producción?
4. ¿por qué usó los colores amarillo y negro dentro del afiche?
5. ¿Cuánto tiempo se tomó para realizar este afiche?
6. ¿Tomó referencias de otros afiches para realizar el de su película?
7. ¿Cuánto veces modificó su afiche antes de la representación final?
8. ¿cree usted que el afiche presentado impacto al público?

Tabla 1

Resultados logrados en la entrevista.

Preguntas	Respuestas
¿Qué representa un afiche para usted ?	Un afiche representa un cuadro, un instante de la película, el más significativo pero a la vez tiene que ser una pieza de marketing, se la realiza en la etapa de venta de la película para ponerla en cine, en plataformas digitales y además se elabora para llamar la atención del público. Es una herramienta del marketing que cuenta un instante de la película pero a la vez la promociona.
¿Cree usted que el afiche es la carta de presentación de una película?	Si, efectivamente, mucha parte del público que incluso no ve el tráiler ve primero el afiche le llama la atención , tiene que contar ese afiche que género es la película , entonces el público en ese momento sabe un poco a lo que va o que película es , por eso puede buscar más información ya sea un tráiler o una sinopsis , entonces creo que si puede ser la carta de presentación de una película.

¿El afiche de la película fue realizado durante la Post o Pre producción?	El afiche Fue realizado durante la Post producciòn , a pesar de que la conceptualización ya la tenía desde la pre producción ,porque incluso describiendo el guión ,ya tenía una visión de cómo iba hacer el material de marketing entre esos el tráiler y el afiche.
¿Por Qué uso los colores amarillo y negro dentro del afiche?	Por dos motivos, la película en general es una película de thriller policiaco, pero también ciertos elementos del thriller policiaco, también evocan el western, entonces trataba de hacer de que este afiche, luzca como un afiche de una película western aquella contiene elementos amarillo y negro sobre todo es algo muy característico de las películas de esa época de los 60 y 70 entonces fueron esos elementos que decidí usar para evocar ese tipo de cine.
¿Cuánto tiempo se tomó para realizar este afiche?	Tomó poco tiempo fue tomado de una sesión de fotos el que se presentó en Ecuador, su realización tomó un mes.

¿Tomó referencias de otros afiches para realizar el de su afiche?	Así es, tomamos referencias de películas de acción y superhéroes de Hollywood inspirado en los wester también de cine europeo ,de cine de acción de películas como la supremacía born , Lola corre Lola quisimos darle más sentido de acción.
¿Cuántas veces modificó su afiche antes de la representación final ?	Realmente , eso es incalculable , tuvimos de 10 a 15 cambios en ese proceso de encontrar lo que estábamos buscando , incluso no nos dio tiempo vino la rueda de prensa y debíamos presentarlo , fue un proceso largo sin tomar en cuenta la sesión de fotos que se realizó para este afiche. Por eso se tuvo que quedar así.
¿Cree usted que el afiche presentado impactó al público?	El impacto tambien es cuestionable, si es impacto positivo o impacto negativo ,si hablamos positivamente este afiche que es mas de acción creo que si funciona y si impacto si impacta a la gente funciona súper bien esa es mi opinión

Fotografías

Imagen 1

Imagen de la entrevista realizada al director de la película ecuatoriana
minuto final

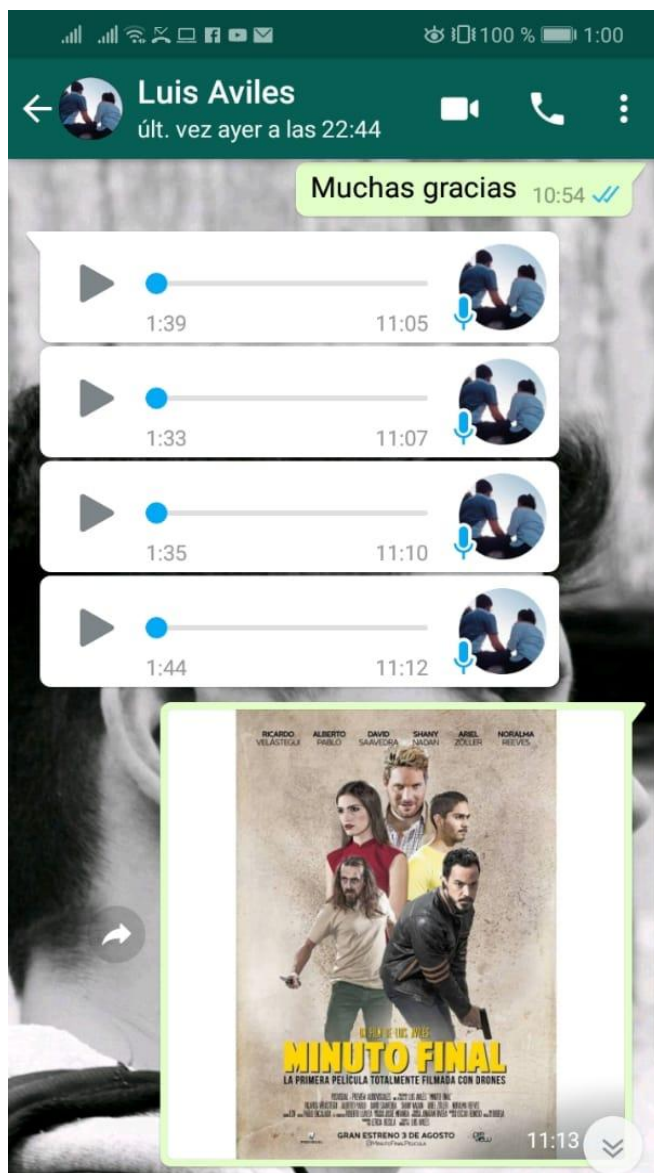


Imagen 2

Evidencia de la entrevista realizada al director Luis Aviles

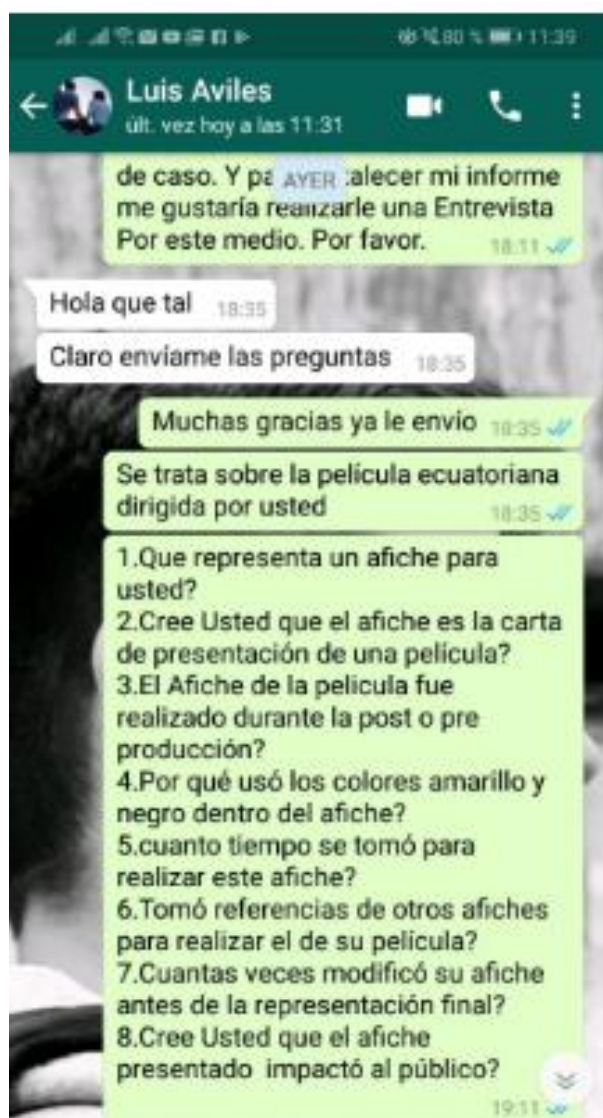


Imagen 3

Afiche de la película ecuatoriana minuto final



Imagen 4

Realizando el Análisis del afiche de la película Minuto Final mediante la observación

